

「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る
基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」調査結果要旨

1. 日本の BtoC-EC 市場規模

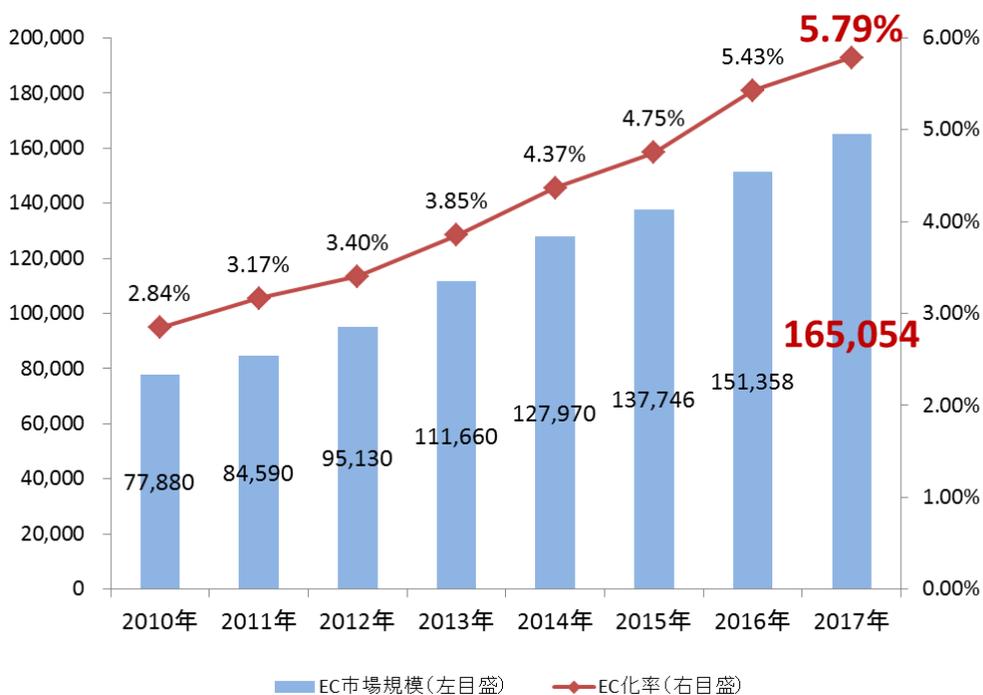
2017年のBtoC-EC市場規模は、16兆5,054億円（前年比9.1%増）に増加した。EC化率は、5.79%（対前年比0.36ポイント増）であった。※EC化率は物販分野を対象

図表 1-1：BtoC-EC市場規模および各分野の構成比率

	2016年	2017年	伸び率
A. 物販系分野	8兆43億円 (EC化率 5.43%)	8兆6,008億円 (EC化率 5.79%)	7.5%
B. サービス系分野	5兆3,532億円	5兆9,568億円	11.3%
C. デジタル系分野	1兆7,782億円	1兆9,478億円	9.5%
総計	15兆1,358億円	16兆5,054億円	9.1%

図表 1-2：BtoC-ECの市場規模およびEC化率の経年推移

(単位：億円)

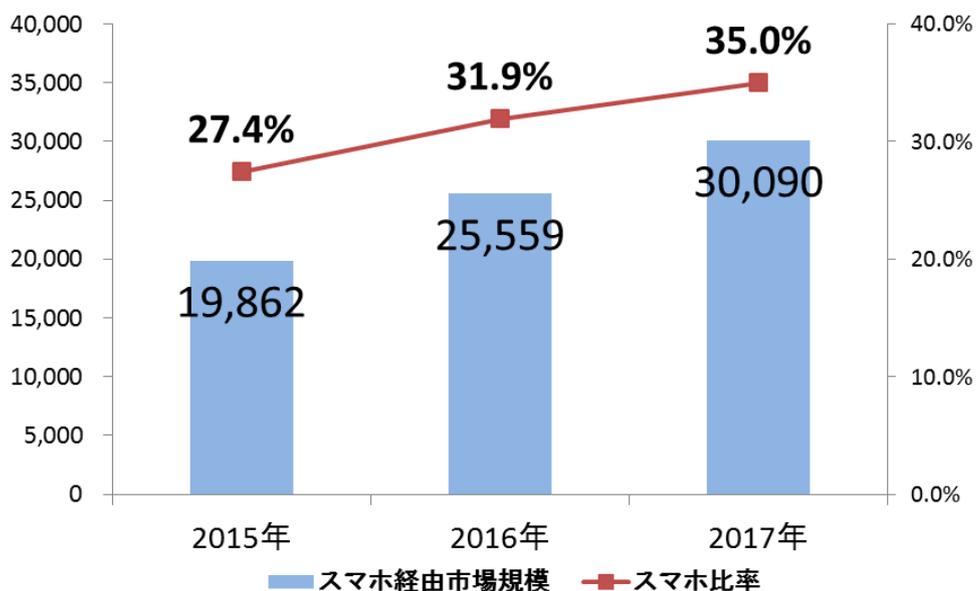


物販分野における2017年のスマートフォン経由のBtoC-ECの市場規模は4,531億円増の3兆90億円（前年比17.7%増）となった。これは物販のBtoC-EC市場規模8兆6,008億円の35.0%に相当する金額である。

図表 1-3 : BtoC-EC（物販）におけるスマートフォン経由の市場規模

2017年の物販のBtoC-EC市場規模..... (A)	8兆6,008億円
うち、スマートフォン経由..... (B)	3兆90億円
スマートフォン比率 (B) ÷ (A)	35.0%

図表 1-4 : スマートフォン経由の市場規模の直近3年間の推移（単位：億円）



物販系、サービス系、デジタル系の各分野の商品／サービスごとの市場規模は、以下の通りである（図表 1-5～1-7）。物販系分野では、「雑貨、家具、インテリア」と「事務用品、文房具」の伸び率が高い。サービス系分野では、飲食サービスと理美容サービスの伸び率が高い。デジタル系分野では、電子出版と有料動画配信の伸び率が高い。

図表 1-5：物販系分野の BtoC-EC 市場規模

分類	2016 年		2017 年	
	市場規模 (億円)	EC 化率 (%)	市場規模 (億円) <small>※下段：昨年比</small>	EC 化率 (%)
① 食品、飲料、酒類	14,503	2.25%	15,579 (+7.4%)	2.41%
② 生活家電、AV 機器、PC・周辺機器等	14,278	29.93%	15,332 (+7.4%)	30.18%
③ 書籍、映像・音楽ソフト	10,690	24.50%	11,136 (+4.2%)	26.35%
④ 化粧品、医薬品	5,268	5.02%	5,670 (+7.6%)	5.27%
⑤ 雑貨、家具、インテリア	13,500	18.66%	14,817 (+9.8%)	20.40%
⑥ 衣類・服装雑貨等	15,297	10.93%	16,454 (+7.6%)	11.54%
⑦ 自動車、自動二輪車、パーツ等	2,041	2.77%	2,192 (+7.4%)	3.02%
⑧ 事務用品、文房具	1,894	33.61%	2,048 (+8.2%)	37.38%
⑨ その他	2,572	0.75%	2,779 (+8.1%)	0.80%
合計	80,043	5.43%	86,008 (+7.5%)	5.79%

図表 1-6 : サービス系分野の BtoC-EC の市場規模

分類	2016 年	2017 年
	市場規模 (億円)	市場規模 (億円) ※下段 : 昨年比
① 旅行サービス	30,393	33,742 (+11.0%)
② 飲食サービス	3,292	4,502 (+36.8%)
③ チケット販売	4,468	4,595 (+2.9%)
④ 金融サービス	6,113	6,073 (▲0.7%)
⑤ 理美容サービス	3,261	4,188 (+28.4%)
⑥ その他 (医療、保険、住居関連、教育等)	6,005	6,486 (+8.0%)
合計	53,532	59,568 (+11.3%)

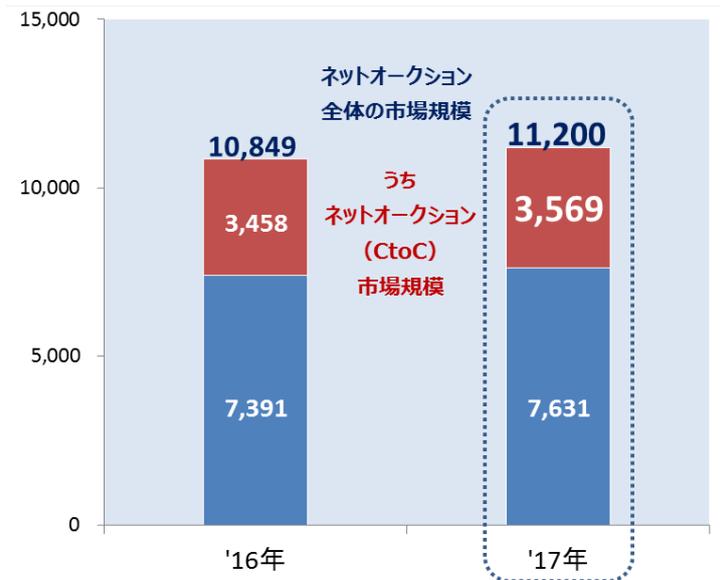
図表 1-7 : デジタル系分野の BtoC-EC 市場規模

分類	2016 年	2017 年
	市場規模 (億円)	市場規模 (億円) ※下段 : 昨年比
① 電子出版 (電子書籍・電子雑誌)	2,151	2,587 (+20.1%)
② 有料音楽配信	529	573 (+8.3%)
③ 有料動画配信	1,153	1,319 (+14.4%)
④ オンラインゲーム	13,090	14,072 (+7.5%)
⑤ その他	859	928 (+8.0%)
合計	17,782	19,478 (+9.5%)

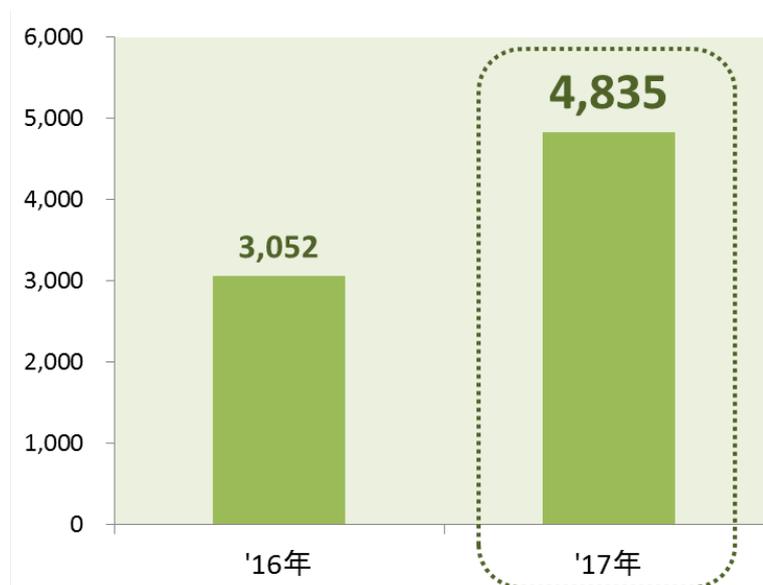
2. 国内外の CtoC-EC 市場規模

国内のネットオークションの2017年の市場規模を推計したところ、11,200億円となった。うち、CtoCによる市場規模は3,569億円という推計結果になった。また、2017年の国内のフリマアプリの市場規模を推計したところ、4,835億円となった。

図表 2-1：ネットオークションの推定市場規模（単位：億円）

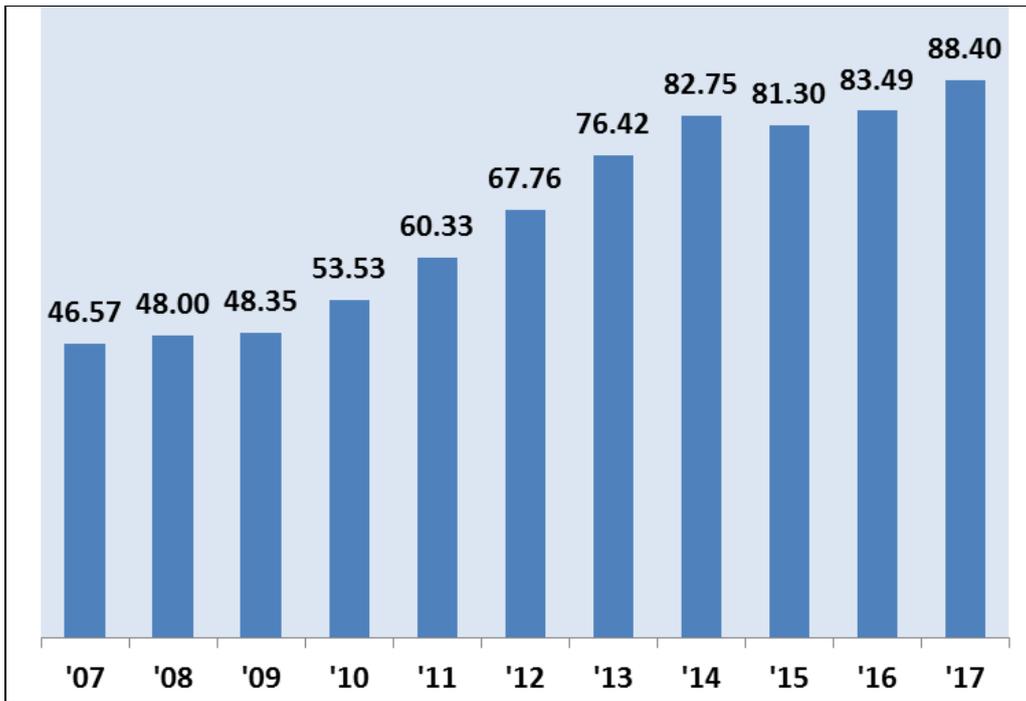


図表 2-2：フリマアプリの推定市場規模（単位：億円）



なお、米国 eBay のネットオークションに関する流通総額は、2017年に884億米ドル（約9兆3,700億円）となっており、10年間で約2倍に流通総額が拡大した。eBay 単体だけでも我が国のネットオークションの8倍以上の市場規模である。

図表 2-3 : eBay のネットオークション流通総額推移（単位：十億米ドル）



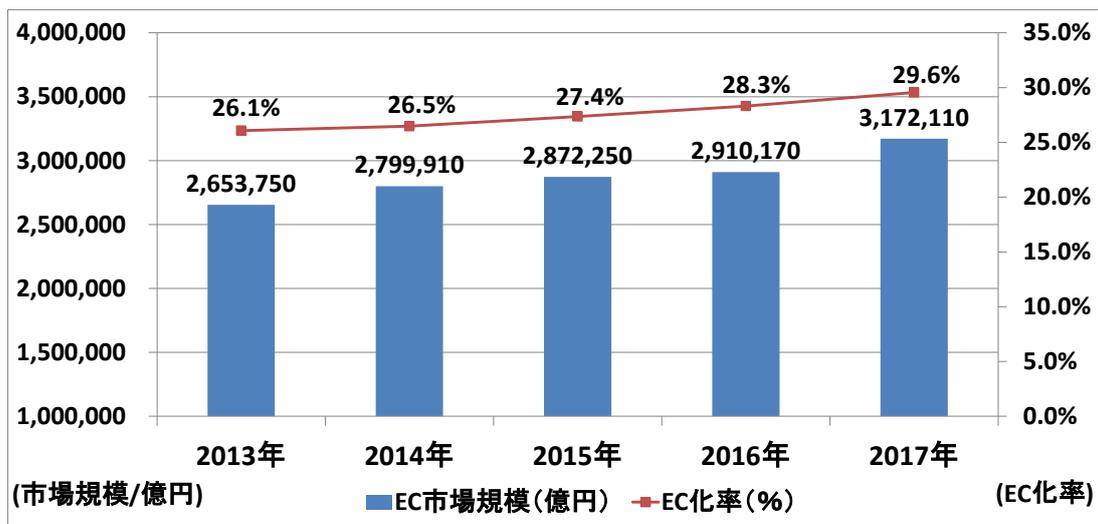
出所：statista <https://www.statista.com>

3. 日本の BtoB-EC 市場規模

2017年のBtoB-EC市場規模は、317兆2,110億円（前年比9.0%増）となった。「その他」を除いたEC化率は、前年から1.3ポイント増の29.6%であった。

2017年のEC市場規模が2016年から拡大した業種は、上位順に「産業関連機器・精密機器」、「鉄・非鉄金属」、「卸売」、「輸送用機械」であった。

図表 3-1 : BtoB-EC 市場規模の推移



図表 3-2 : BtoB-EC 市場規模の業種別内訳

大分類	中分類	2015年		2016年		2017年		
		EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	対前年比 EC化率	
建設	建設・不動産業	141,390	9.6%	144,960	10.1%	150,770	+ 4.0%	10.7%
製造	食品	205,120	49.0%	221,820	50.9%	229,760	+ 3.6%	53.6%
	繊維・日用品・化学	300,060	36.3%	294,720	37.4%	316,850	+ 7.5%	39.2%
	鉄・非鉄金属	177,690	31.5%	170,970	32.8%	197,260	+ 15.4%	34.6%
	産業関連機器・精密機器	122,800	29.5%	119,060	30.5%	141,080	+ 18.5%	31.9%
	電気・情報関連機器	323,850	48.3%	318,890	50.0%	336,680	+ 5.6%	52.4%
	輸送用機械	409,300	56.4%	428,150	58.4%	472,950	+ 10.5%	61.1%
情報通信	情報通信	104,470	17.0%	116,960	17.8%	126,920	+ 8.5%	18.3%
運輸	運輸	88,270	14.5%	88,030	15.1%	93,130	+ 5.8%	15.7%
卸売	卸売	835,940	25.4%	839,450	26.1%	940,440	+ 12.0%	26.9%
金融	金融	125,840	19.7%	125,220	20.2%	122,320	- 2.3%	20.3%
サービス	広告・物品賃貸	21,810	11.7%	24,350	12.3%	25,940	+ 6.5%	12.6%
その他	小売	12,980	N/A	14,560	N/A	14,910	+ 2.4%	N/A
	その他サービス業	2,730	N/A	3,030	N/A	3,100	+ 2.3%	N/A
合計		2,872,250	N/A	2,910,170	N/A	3,172,110	+ 9.0%	N/A
合計(その他を除く)		2,856,540	27.4%	2,892,580	28.3%	3,154,100	+ 9.0%	29.6%

4. 世界の電子商取引（EC）市場

2017年の世界のBtoC電子商取引市場規模は2兆3,000億米ドルである。対前年比成長率は、2017年24.8%の伸びがあり2021年まで対前年比2桁成長が見込まれている。

図表 4-1：世界のBtoC電子商取引市場規模の推移（単位：兆USドル）



出所：eMarketer, Dec2016 より作成

世界の各国別BtoC電子商取引市場規模は以下の通りである。電子商取引の上位10市場では、日本を除く9市場において対前年比2桁成長をしていることがわかる。

※なお、図表4-2では、旅行、チケットサービスのBtoC-EC市場規模が除かれているため、日本の市場規模である953億米ドルは、図表1-1の国内BtoC市場規模の総計である16兆5,054億円と必ずしも合致しないことに留意されたい。

図表 4-2：世界の各国別BtoC-EC市場規模（2017年）

ランキング	国名	市場規模（億米ドル）	対前年比
1	中国	11,153	+35.1%
2	米国	4,549	+16.3%
3	英国	1,126	+17.1%
4	日本	953	+6.0%
5	ドイツ	651	+11.3%
6	韓国	563	+20.9%
7	フランス	488	+16.9%
8	カナダ	340	+29.9%
9	オーストラリア	215	+12.3%
10	インド	209	+42.1%

出所：eMarketer, Feb2018 より作成（旅行、チケットを除いた金額）

「世界の EC ランキング Top 50 (2017年)」は以下の通り、上位 10 社に米国企業が 5 社、上位 30 社に同 15 社がランクインし、最大勢力となっている。

図表 4-3 : 世界の BtoC-EC トップ 30 社 (2015 年度売上高)

EC 売上高 順位	小売業 売上高 順位	社名	本社	2015年度 EC売上高 (100万USD)	ECが占める 売上高比率	EC成長率
1	10	Amazon.com, Inc.	米国	\$79,268	100.0%	13.1%
2	36	JD.com, Inc	中国	\$26,991	100.0%	54.5%
3	33	Apple Inc.	米国	\$24,368	46.5%	18.2%
4	1	Wal-Mart Stores, Inc.	米国	\$13,700	2.8%	12.3%
5	46	Suning Commerce Group Co., Ltd.	中国	\$8,095	37.1%	95.0%
6	92	Otto (GmbH & Co KG)	ドイツ	\$7,181	68.0%	0.5%
7	9	Tesco PLC	英国	\$6,539	8.1%	9.0%
8	157	Vipshop Holdings Limited	中国	\$6,084	100.0%	64.4%
9	97	Liberty Interactive Corporation	米国	\$5,146	51.5%	-1.0%
10	35	Macy's, Inc.	米国	\$4,850	17.9%	N/A
11	6	The Home Depot, Inc.	米国	\$4,690	5.3%	25.4%
12	25	Best Buy Co., Inc.	米国	\$4,000	10.1%	13.5%
13	19	Casino Guichard-Perrachon S.A.	フランス	\$3,756	7.3%	-2.4%
14	2	Costco Wholesale Corporation	米国	\$3,500	3.0%	17.6%
15	N/A	Zalando SE	ドイツ	\$3,286	100.0%	33.6%
16	148	Home Retail Group plc	英国	\$3,040	47.4%	0.8%
17	65	John Lewis Partnership plc	英国	\$3,002	20.2%	13.1%
18	68	Nordstrom, Inc.	米国	\$2,832	20.1%	20.2%
19	52	Kohl's Corporation	米国	\$2,800	14.6%	30.0%
20	N/A	Shop Direct Group	英国	\$2,763	100.0%	25.8%
21	170	Lojas Americanas S.A.	ブラジル	\$2,755	50.3%	13.2%
22	26	Centres Distributeurs E. Leclerc	フランス	\$2,613	6.7%	20.0%
23	60	The Gap, Inc.	米国	\$2,530	16.0%	1.2%
24	149	Next plc	英国	\$2,525	39.8%	9.1%
25	185	Williams-Sonoma, Inc.	米国	\$2,523	50.7%	6.4%
26	11	Target Corporation	米国	\$2,510	3.4%	32.9%
27	89	Staples, Inc.	米国	\$2,500	23.3%	0.0%
28	66	Dixons Carphone plc	米国	\$2,293	15.9%	10.0%
29	N/A	vente-privee.com	フランス	\$2,222	100.0%	17.6%
30	13	Metro Ag	ドイツ	\$2,172	3.2%	26.0%

出所：全米小売業協会 (NRF) Top 50 e-retailers, 2017

5. 越境 EC 市場規模

2017 年の世界の越境 EC 市場規模は 5,300 億米ドルである。2017 年の対前年比成長率は 32.5%の伸びがあり 2020 年まで対前年比 20%台の成長率が見込まれている。

図表 5-1：世界の越境 EC 市場規模の推移（単位：億米ドル）



出所：Alizila, Jan 2017

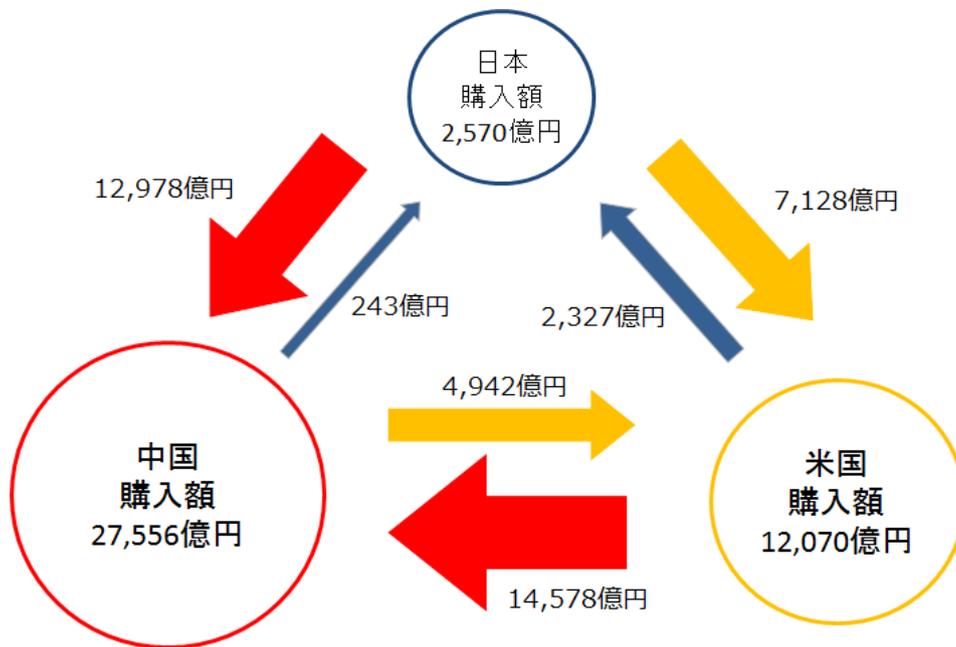
各国間の越境 EC 市場規模の推計結果は、以下の通りである。2017 年において、中国消費者による日本および米国の事業者からの越境 EC 購入額が大きく増加している（図表 5-2, 5-3）。なお、中国消費者が日本事業者から購入する日本製品は、化粧品、日用品、食品の順に多いことがバイドゥ株式会社の調査で示されている（図表 5-4）。

図表 5-2：越境 EC 市場規模（2017 年）（単位：億円）

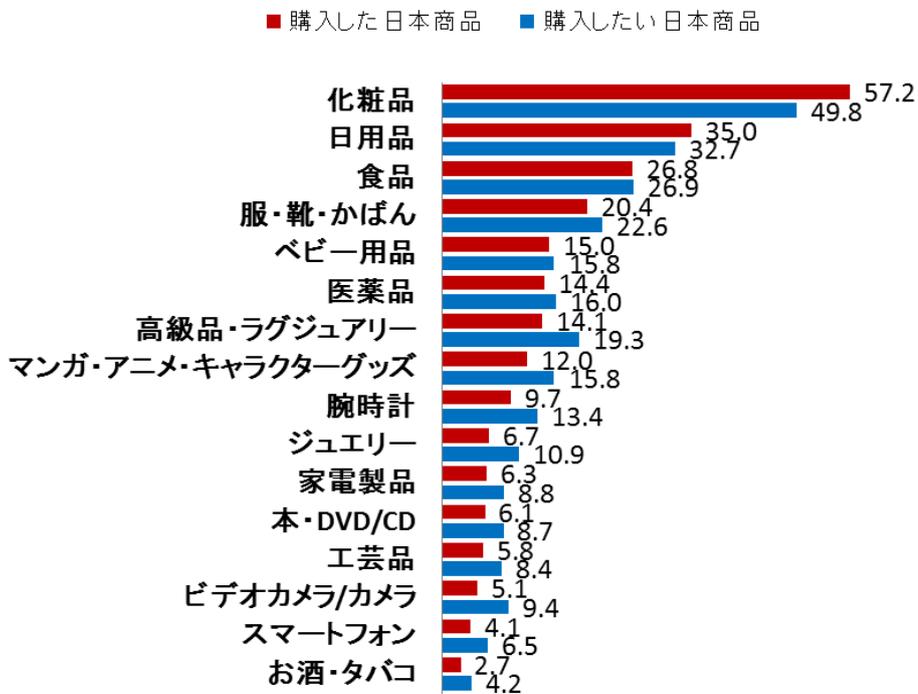
国 (消費国)	日本からの購入額	米国からの購入額	中国からの購入額	合計
日本		2,327	243	2,570
(対前年比)		+7.2%	+7.3%	+7.3%
米国	7,128		4,942	12,070
(対前年比)	+15.8%		+16.0%	+15.9%
中国	12,978	14,578		27,556
(対前年比)	+25.2%	+28.2%		+26.8%
合計	20,106	16,905	5,186	42,196
(対前年比)	+21.7%	+24.8%	+15.6%	+22.1%

出所：各種調査機関、文献および越境 EC を行っている EC 事業者ヒアリングより作成

図表 5-3 : 越境 EC 市場規模 (2017 年) のイメージ



図表 5-4 : 越境 EC サイトで直近 1 年以内に購入した日本製品・購入したい日本製品 (単位 : %)



出所 : バイドゥ株式会社「インバウンド調査レポート」2018 年

2021年までの各国間の越境 EC 市場規模の推計結果は以下の通りとなった。消費国としての規模の推計結果は、2017年と2021年を比較した場合、日本は約1.20倍、米国は約1.67倍、中国は約2.2倍の規模になると予測される。

図表 5-5：越境 EC ポテンシャル推計値（2017年時算出）

各国越境EC市場規模推計(2017年～2021年) (単位:億円)

消費国	販売国	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2021/2017
日本	米国	2,327	2,471	2,595	2,711	2,795	-
	中国	243	258	271	283	292	-
	(合計)	2,570	2,729	2,866	2,994	3,087	1.20
米国	日本	7,128	8,169	9,302	10,549	11,925	-
	中国	4,942	5,664	6,449	7,314	8,268	-
	(合計)	12,070	13,832	15,751	17,864	20,193	1.67
中国	日本	12,978	16,339	20,077	24,178	28,487	-
	米国	14,578	18,354	22,552	27,159	31,999	-
	(合計)	27,556	34,693	42,629	51,337	60,485	2.20

出所：各種調査機関、文献および越境 EC を行っている EC 事業者のヒアリングより作成